

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh tentang motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Burong Mandi. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independent dan variabel dependent. Menurut (Sugiyono, 2014, hlm. 115) mengemukakan bahwa “Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun yang menjadi variabel bebas atau *independent variabel* dalam penelitian ini adalah motivasi wisatawan. Independent variabel menurut (Sugiyono, 2014, hlm. 61) sering disebut juga variabel bebas, stimulus, prediktor atau *antecedent*, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independent dari penelitian ini adalah motivasi wisatawan yang memiliki dimensi sebagai berikut (1) *novelty seeking*, (2) *stress busting/fun*, (3) *achievement*, dan (4) *family oriented/education*.

Sedangkan variabel terikat atau *dependent variabel* adalah keputusan berkunjung. Variabel dependen menurut (Sugiyono, 2014, hlm. 61) adalah variabel output, kriteria atau konsekuen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan berkunjung yang memiliki dimensi yaitu antara lain (1) pemilihan produk atau jasa, (2) pemilihan merek, (3) pemilihan penyalur, (4) jumlah kunjungan, (5) waktu kunjungan, (6) dan metode pembayaran.

Pada penelitian ini objek penelitian yang dijadikan responden adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Burong di Desa Burong Mandi Kecamatan Damar Kabupaten Belitung Timur. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode *cross sectional* yaitu sebuah metode penelitian yang dapat dilakukan hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran, 2010, hlm.

177). Dari penjelasan di atas, maka akan diteliti mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut (Malhotra, 2009, hlm. 100) Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskriptif dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif sangat berguna ketika mencari pernyataan penelitian melkukan penggambaran fenomena pasar, seperti menentukan frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan, atau membuat prediksi. Sedangkan (Sugiono, 2012, hlm. 11) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel lain.

Menurut (Malhotra, 2009, hlm. 104), penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji pengujian secara kausal, yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen. Sedangkan menurut penelitian verifikatif pada dasarnya menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan statistik (Arikunto, 2009, hlm. 8). Jadi penelitian ini menguji pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Burong Mandi.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah dan *metode explanatory survey* yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap permasalahan penelitian. (Malhotra, 2010, hlm. 96) menyatakan bahwa “*Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke

dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga”.

3.2.2. Operasional Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas independent dalam penelitian ini adalah motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu *novelty seeking*, *stress busting/fun*, *achievement*, dan *family oriented/education*. Sedangkan variabel terikat dependent dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu pemilihan produk atau jasa, pemeliharaan merek, pemilihan penyalur, jumlah kunjungan, waktu kunjungan, dan metode pembayaran. Pengoprasian variabel dari penelitian ini menggunakan skala ordinal yang dapat dilihat lebih rinci di Tabel 3.1 berikut ini

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Motivasi Wisatawan (X)	Motivasi wisatawan merupakan suatu kondisi yang memberikan sebuah dorongan pada individu terhadap beberapa jenis tindakan. (Siri et al, 2012)				
<i>Novelty Seeking</i>	Motivasi wisatawan untuk menikmati keindahan lingkungan, pemandangan, dan pantai, untuk belajar hal-hal yang baru, untuk melihat dan menikmati tempat destinasi baru dalam satu perjalanan. (Josiam	<i>Enjoy the beautiful environment, scenery, beaches</i>	Tingkat keinginan untuk menikmati keindahan lingkungan	Ordinal	1

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
	dan Frazier, et al dalam Siri et al, 2012)				
			Tingkat keinginan untuk menikmati keindahan pemandangan	Ordinal	2
			Tingkat keinginan untuk menikmati keindahan Pantai	Ordinal	3
		<i>See and experience a new destinations</i>	Tingkat keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang didapat ketika berkunjung ke destinasi baru	Ordinal	4
		<i>To go to Pantai Burong Mandi</i>	Tingkat keinginan untuk mengunjungi Pantai Burong Mandi	Ordinal	5

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		<i>Learn new things</i>	Tingkat keinginan untuk belajar sesuatu yang baru	Ordinal	6
		<i>Enjoy shows and entertainment</i>	Tingkat keinginan untuk menikmati hiburan	Ordinal	7
<i>Stress busting/fun</i>	Motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mengurangi stres atau melakukan sesuatu yang menyenangkan dengan kerabat atau teman. (Josiam dan Frazier, et al dalam Siri et al, 2012)	<i>Reduce stress</i>	Tingkat pengurangan stres ketika berkunjung ke Pantai Burong Mandi	Ordinal	8
		<i>Do something exciting</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan sesuatu yang menarik	Ordinal	9
		<i>Have fun</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk bersenang-senang	Ordinal	10

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		<i>To be together with friends</i>	Tingkat kebersamaan untuk berkunjung bersama teman dalam berwisata	Ordinal	11
		<i>Escape from the routine of work or life</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk keluar dari rutinitas bekerja sehari-hari	Ordinal	12
<i>Achievement</i>	Motivasi wisatawan ingin melakukan perjalanan untuk merasakan rasa prestasi/ bangga dalam hidup seperti pergi ke tempat-tempat yang teman-teman/keluarga mereka yang belum kunjungi sebelumnya. (Josiam dan Frazier, et al dalam Siri et al, 2012)	<i>To go places my friends/relatives have not visited</i>	Tingkat keinginan untuk berkunjung ke tempat yang sebelumnya belum pernah dikunjungi	Ordinal	13
		<i>To meet new friends (in new destination)</i>	Tingkat keinginan untuk bertemu teman baru di destinasi baru	Ordinal	14
		<i>To talk about</i>	Tingkat keinginan	Ordinal	15

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		<i>the trip after returning home</i>	untuk menceritakan kembali perjalanan setelah kembali ke rumah		
Family Oriented/Education	Motivasi wisatawan untuk menghabiskan waktu dengan keluarga dengan mengunjungi tempat-tempat bersejarah dan memberikan wisata edukasi bagi keluarga terutama untuk anak-anak. (Josiam dan Frazier, et al dalam Siri et al, 2012)	<i>To be together with my family</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung bersama keluarga	Ordinal	16
			Tingkat keinginan untuk mendekati diri bersama keluarga melalui berwisata ke Pantai Burong Mandi	Ordinal	17
Keputusan Berkunjung (Y)	Suatu keputusan yang dilakukan oleh kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan referensi group yang akan membentuk sikap pada diri individu yang kemudian melakukan pembelian				

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
	(Kotler dan Keller (2012:170).				
Pemilihan Produk dan Jasa	Pemilihan produk atau jasa serta alternatif lain yang telah dipertimbangkan dengan melihat keunggulan dan manfaat yang akan diterimanya	Keunggulan daya tarik wisata	Tingkat keunggulan daya tarik wisata Pantai Burong Mandi	Ordinal	18
			Tingkat kemenarikan aktifitas wisata yang ditawarkan	Ordinal	19
Pemilihan merek	Memutuskan dan memilih merek yang akan dipilih untuk menggunakan suatu produk atau jasa dari merek tertentu.	Kepopuleran merek	Tingkat keinginan berkunjung berdasarkan kepopuleran merek Pantai Burong Mandi	Ordinal	20
			Tingkat keinginan berkunjung berdasarkan citra Pantai Burong Mandi	Ordinal	21
Pemilihan saluran pembelian	Pengunjung akan menentukan sarana mana yang akan pilih untuk digunakan, yaitu lokasi, harga, fasilitas pendukung atau jasa dari merek tertentu.	Lokasi	Tingkat kestrategisan lokasi Pantai Burong Mandi	Ordinal	22

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			Tingkat kemudahan transportasi menuju Pantai Burong Mandi	Ordinal	23
Pemilihan waktu kunjungan	Waktu pembelian berkaitan dengan pemilihan wisatawan pada saat memutuskan untuk menggunakan produk atau jasa, misalnya kesesuaian dengan kebutuhan dan keuntungan yang dirasakan wisatawan ketika memenuhi kebutuhan	<i>Weekday</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada saat weekday	Ordinal	24
		<i>Weekend</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada saat weekend	Ordinal	25
		Hari Libur	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada hari libur	Ordinal	26
Jumlah kunjungan	Jumlah kunjungan berkaitan dengan seberapa banyak wisatawan menggunakan produk atau jasa yang akan digunakan. Misalnya,	Frekuensi kunjungan	Tingkat frekuensi berkunjung ke Pantai Burong	Ordinal	27

Variabel /Sub Variabel	Konsep Variabel /Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
	dengan menggunakan fasilitas berbayar, menggunakan jasa, dan yang lainnya		Mandi		
Metode Pembayaran	Pada tahap metode pembayaran, biasanya wisatawan membayar dengan tunai (<i>cash</i>) maupun dengan cara non tunai seperti menggunakan <i>credit card</i> .	Pembayaran	Tingkat kemudahan pembayaran tiket masuk	Ordinal	28

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Menurut (Silalahi, 2012, hlm. 280) data merupakan pengamatan dan pengukuran yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Data tersebut dapat diperoleh baik secara langsung data primer maupun tidak langsung data sekunder yang berhubungan dengan objek penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdapat dua jenis data, yaitu :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 193) data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data Sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 193), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung

memberikan kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

Untuk lebih jelasnya mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam Tabel 3.2 berikut ini :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara ke Kabupaten Belitung Timur Tahun 2006 – 2014	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur
2	Daya Tarik Wisata Kabupaten Belitung Timur	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur
3	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Pantai Burong Mandi	Sekunder	Pokdarwis Desa Burong Mandi
4	Karakteristik wisatawan dan pengalaman	Primer	Kunjungan ke Pantai Burong Mandi
5	Tanggapan wisatawan nusantara mengenai motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung	Primer	Kunjungan ke Pantai Burong Mandi

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Populasi merupakan elemen penting dalam suatu penelitian. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 115) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Burong Mandi pada tahun 2014 yaitu sebanyak 23.028 wisatawan.

3.2.4.2. Sampel

Dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi yang diteliti, ini dikarenakan ada beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Maka peneliti hanya mengambil sebagian dari objek populasi yang akan ditentukan dan mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Burong Mandi pada tahun 2014. Untuk menghitung sampel dilakukan dengan rumus Slovin (Husein Umar, 2008, hlm. 141) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir. Maka, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{23.028}{1 + 23.028 (0,1)^2} \\ &= \frac{23.028}{1 + 2.3028} \end{aligned}$$

$$= \frac{23.028}{231.28}$$

$$= 99,56 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh hasil sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang responden. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya kesalahan pada pengambilan hasil kuisioner dan lebih representatif.

3.2.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik dalam pengambilan sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Menurut (Silalahi, 2009, hlm. 239):

Pemilihan sampel atau penarikan sampel (sampling) dapat diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit, elemen, atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili.

Menurut (Sugiyono, 2011, hlm. 73) teknik sampling adalah teknik yang merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling* atau teknik pengambilan sampel acak sistematis untuk populasi bergerak.

Dalam penelitian ini wisatawan yang akan dijadikan sampel tersebar di seluruh populasi, maka penelitian ini menggunakan *systematic random sampling* atau sampel acak sistematis. Menurut (Sugiyono, 2011, hlm. 74) metode pengambilan acak sistematis adalah metode untuk menganbil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan. Dengan demikian, tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population target*) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu wisatawan nusantara yang akan berkunjung ke Pantai Burong Mandi.
2. Menentukan sebuah *check point* objek yang akan diteliti, dalam hal ini *check point* yang dilakukan pada penelitian ini adalah Bandara

Hanandjoedin, Tanjung Pandan dan sekitar destinasi wisata Pantai Burong Mandi

3. Menentukan waktu yang akan digunakan menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan peneliti adalah pukul 09.00-15.00.
4. Melaksanakan orientasi lapangan secara seksama, khususnya pada daerah *check point*.
5. Pada saat orientasi lapangan, wisatawan yang bersedia untuk meluangkan waktunya akan ditanya dan diberi kuisisioner untuk diisi

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu acara yang digunakan untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini, maka alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 193) adalah :

1. Wawancara, dilakukan dengan berinteraksi langsung kepada pihak yang akan diwawancarai yaitu pengurus POKDARWIS Pantai Burong Mandi untuk memperoleh informasi secara lisan mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.
2. Observasi, yaitu pengamatan dan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, penulis melakukan observasi langsung dengan tujuan untuk mengetahui kondisi objek penelitian dan bagaimana fenomena di objek penelitian.
3. Kuesioner, yaitu mengumpulkan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Kuesioner berisi pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, motivasi wisatawan dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung. Kuesioner dibagikan secara langsung dan *online* melalui *googledocs*.
4. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, jurnal, situs web dan internet, guna memperoleh informasi yang

berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan variabel yang terdiri dari motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

3.2.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.2.6.1. Hasil Pengujian Validitas

Menurut (Malhotra, 2009, hlm. 282) “*The validation of scale may be defined as the extent to which differences in observed scale score reflect true differences among on the karakteristik being measured*”. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukuran sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes tersebut.

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval perhitungan korelasi antara pernyataan kesatu dengan skor total digunakan rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r^{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dalam setiap item

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Keputusan penguji validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika nilai sigifikan $< 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika nilai sigifikan $> 0,05$

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 250) adalah sebagai berikut:

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2012, hlm. 250)

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows* dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut

- a. Memasukkan data variabel X atau Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- b. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
- c. Klik *analyze, correlate, bivariate*
- d. Keluar jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom *variables*. Dan tekan OK
- e. Maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan komputer SPSS 20 *for windows* hasil menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini, terdapat atribut yang valid dan tidak valid. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Pertanyaan	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
Motivasi Wisatawan				
<i>Novelty Seeking</i>				
1.	Tingkat keinginan untuk menikmati keindahan lingkungan	0,000	< 0,05	Valid
2.	Tingkat keinginan untuk menikmati keindahan pemandangan	0,000	< 0,05	Valid
3.	Tingkat keinginan untuk menikmati keindahan pantai	0,000	< 0,05	Valid
4.	Tingkat keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang didapat ketika berkunjung ke destinasi baru	0,000	< 0,05	Valid
5	Tingkat keinginan untuk mengunjungi Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
6	Tingkat keinginan untuk belajar sesuatu yang baru	0,000	< 0,05	Valid
7	Tingkat keinginan untuk menikmati hiburan	0,000	< 0,05	Valid
<i>Stress busting/fun</i>				
8	Tingkat pengurangan stres ketika berkunjung ke Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
9	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan sesuatu yang menarik	0,000	< 0,05	Valid

Anggun Septyani, 2016

**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI PANTAI BURONG MANDI KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

10	Tingkat keinginan wisatawan untuk bersenang-senang	0,001	< 0,05	Valid
11	Tingkat kebersamaan untuk berkunjung bersama keluarga	0,000	< 0,05	Valid
12	Tingkat keinginan wisatawan untuk keluar dari rutinitas bekerja sehari-hari	0,000	< 0,05	Valid
<i>Achievement</i>				
13	Tingkat keinginan untuk berkunjung ke tempat yang sebelumnya belum pernah dikunjungi	0,000	< 0,05	Valid
14	Tingkat keinginan untuk bertemu teman baru di destinasi baru	0,000	< 0,05	Valid
15	Tingkat keinginan untuk menceritakan kembali perjalanan setelah kembali ke rumah	0,000	< 0,05	Valid
<i>Family Oriented/Education</i>				
16	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung bersama keluarga	0,000	< 0,05	Valid
17	Tingkat keinginan untuk mendekatkan diri bersama keluarga melalui berwisata ke Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
Keputusan Berkunjung				
Pemilihan Produk dan Jasa				
18	Tingkat keunggulan daya tarik wisata Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
19	Tingkat kemenarikan	0,000	< 0,05	Valid

	aktifitas wisata yang ditawarkan			
Pemilihan Merek				
20	Tingkat keinginan berkunjung berdasarkan kepopuleran merek Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
21	Tingkat keinginan berkunjung berdasarkan citra Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
Pemilihan saluran pembelian				
22	Tingkat kestrategisan lokasi Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
23	Tingkat kemudahan transportasi menuju Pantai Burong Mandi	0,003	< 0,05	Valid
Pemilihan waktu kunjungan				
24	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada saat weekday	0,009	< 0,05	Valid
25	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada saat weekend	0,000	< 0,05	Valid
26	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada saat hari libur	0,002	< 0,05	Valid
Jumlah Kunjungan				
27	Tingkat frekuensi berkunjung ke Pantai Burong Mandi	0,000	< 0,05	Valid
Metode Pembayaran				
28	Tingkat kemudahan pembayaran tiket masuk	0,000	< 0,05	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2015

Hasil pengolahan data pada Tabel 3.3 menunjukkan pengujian validitas dari setiap pernyataan mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung yang dilakukan dengan jumlah wisatawan sebanyak 30 responden, dimana responden tersebut merupakan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Burong Mandi dinyatakan valid karena tingkat signifikan kurang dari 0,05.

3.2.6.2. Hasil Pengujian Realibilitas

Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 118) “Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsisten dalam mengungkapkan gejala tertentu”. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad (\text{Husein Umar, 2008, hlm. 170})$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2008, hlm. 170})$$

Keterangan:

σt^2 = varians total

$\sum X$ = jumlah skor

N = jumlah wisatawan

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Anggun Septyani, 2016

**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI PANTAI BURONG MANDI KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- b. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Berikut merupakan langkah-langkah menggunakan *SPSS 20 for window* untuk menghitung hasil realibilitas :

- a. Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- b. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width, decimal, label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum, align, (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- c. Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- d. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.

Hasil pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, Hasil menunjukkan bahwa item-item pertanyaan pada kuisisioner penelitiandapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS MOTIVASI WISATAWAN DAN
KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Variabel	C σ hitung	C σ	Keterangan
1	Motivasi	0,938	0,70	Reliabel
2	Keputusan Berkunjung	0,864	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015.

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil pengujian reliabilitas motivasi dan keputusan berkunjung yang menunjukkan nilai *cronbach alpha* melebihi 0,70 dapat dinyatakan reliabel. Jadi, instrumen penelitian mengenai motivasi dan keputusan berkunjung dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.2.7. Rancangan Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk memberikan keterangan yang berguna serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif yang digunakan untuk

data kualitatif dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket/kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Burong Mandi.

3.2.7.1. Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan data secara sistematis dan dapat dengan mudah dipahami dan disimpulkan. Penelitian ini, Analisis deskriptif digunakan untuk meneliti variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai motivasi wisatawan yang terdiri dari *novelty seeking, stress busting/fun, achievement, dan family oriented/education*.
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk atau jasa, (2) pemilihan merek, (3) pemilihan penyalur, (4) jumlah kunjungan, (5) waktu kunjungan, (6) dan metode pembayaran.
3. Metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Pemberian skor jawaban pada setiap item angket dijadikan alat pengumpul data. Untuk masing-masing pernyataan angket dimana penelitian ini menganalisis suatu variabel bebas yaitu motivasi wisatawan (variabel X) yang dengan variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (variabel Y).

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pertanyaan dari angket diberi alternatif jawaban, seperti berikut:

Anggun Septyani, 2016

**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI PANTAI BURONG MANDI KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TABEL 3.6
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA *LINKERT*

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber: (Sugiyono, 2012, hlm. 133)

Penelitian ini menggunakan skala ordinal seperti yang sudah dijelaskan pada operasional variabel, oleh karena itu semua data yang termasuk skala ordinal terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval. Untuk langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Langkah-langkah dalam teknik analisis data verifikatif dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Method of Successive Interval merupakan metode untuk merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 86) langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban konsumen pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah wisatawan.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale Value = \frac{(Density at Lower Limit) - (Density at Upper Limit)}{(Area Below Offer Limit) - (Area Below Lower Limit)}$$

3.2.7.2. Rancangan Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 269) analisis regresi digunakan apabila ingin mengetahui bagaimana variabel *dependent* (X) dapat diprediksikan melalui variabel *independent* (Y) atau prediktor. Menurut Syofian Siregar (2013:405) regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Rumus yang digunakan dalam regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan berkunjung)

X₁ = Variabel bebas pertama

X₂ = Variabel bebas kedua

X₃ = Variabel bebas ketiga

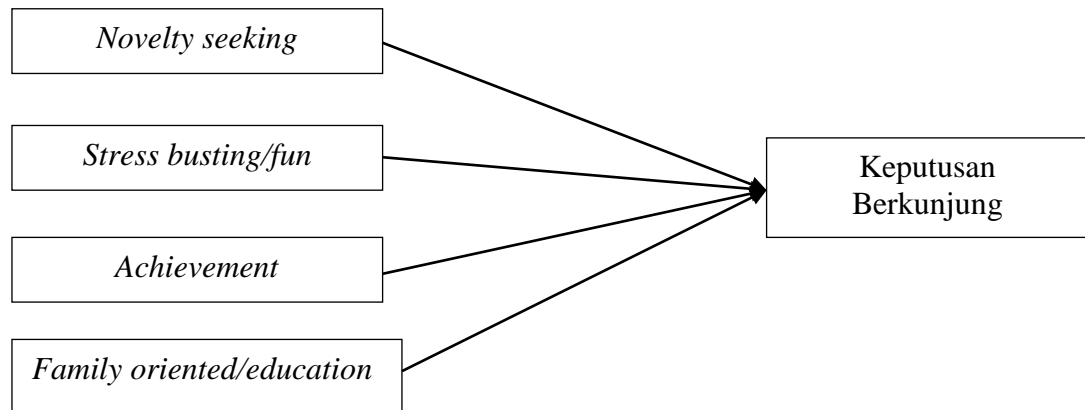
X_n = Variabel bebas ke-n

A dan b₁ serta b₂ = konstanta

Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah keputusan berkunjung, sedangkan yang menjadi variabel bebas (X) adalah motivasi wisatawan yang terdiri dari *novelty seeking* (X1), *stress busting/fun* (X2), *achievement* (X3), dan *family oriented/education* (X4).

Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub

hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelas dapat digambarkan pada gambar dibawah ini :



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA X

Teknik analisis regresi berganda dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Regresi

Penggunaan metode analisis regresi linear sederhana memerlukan asumsi klasik secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik meliputi:

a. Uji asumsi normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji asumsi heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Suatu regresi

dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

c. Uji Asumsi Multikolinearitas

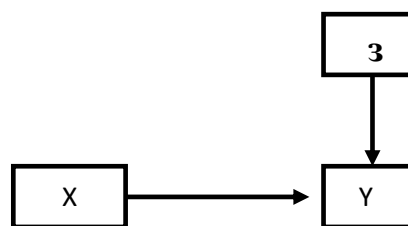
Uji multi kolinearitas adalah untuk melihat adanya atau tidak korelasi yang tinggi antara variabel dari residual bebas dalam suatu model regresi linier sederhana. Jika ada korelasi yang tinggi, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikt menjadi terganggu. Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan asumsi $0 < r^2 < 1$.

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan penjelasan dia atas maka penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hipotesis konseptual terdapat pengaruh signifikan antara motivasi wisatawan (X) terhadap keputusan berkunjung (Y), maka hipotesis tersebut dapat digambarkan seperti pada gambar berikut :



GAMBAR 3.2

ARAH PENGARUH ANTAR VARIABEL

Keterangan :

X : Motivasi wisatawan

Y : Keputusan Berkunjung

ε : Epsilon (Variabel lain)

Selanjutnya, untuk pengolahan data dilakukan bantuan program *SPSS 20 for windows*, yang menurut Uliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variable view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
- b. Klik *analyze, regression linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai variabel bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik OK. Hipotesis yang akan diuji yaitu *behavioral intention* (Y) melalui *tourists perceived value* (X),

Berikut merupakan rancangan hipotesis dalam penelitian ini:

1. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi-dimensi di motivasi wisatawan yang terdiri dari *Novelty seeking, stress busting/fun, achievement, dan family oriented/education* terhadap keputusan berkunjung.
2. $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi-dimensi di motivasi wisatawan yang terdiri dari *Novelty seeking, stress busting/fun, achievement, dan family oriented/education* terhadap keputusan berkunjung.